

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **1. KESIMPULAN**

Penelitian ini memiliki efek untuk kualitas pelayanan, nilai keuntungan, kepercayaan, dengan kepuasan pelanggan, sebagai penghubung untuk variabel niat berkunjung Kembali. Dapat disimpulkan ada 8 hipotesis, 3 diterima dan 5 ditolak. Kualitas pelayanan signifikan terhadap kepercayaan, dan nilai keuntungan, namun. Ada yang ditolak dari kualitas pelayanan, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan niat berkunjung Kembali tidak mengalami signifikan dan ditolak. Untuk nilai keuntungan mengalami signifikan dan diterima terhadap variabel kepuasan pelanggan, untuk kepuasan pelanggan tidak mengalami signifikan dan ditolak terhadap variabel niat berkunjung kembali, dan terakhir untuk kepercayaan tidak mengalami signifikan dan ditolak terhadap variabel niat berkunjung Kembali.

Penelitian ini dibuat dalam waktu yang singkat, peneliti memiliki keterbatasan dalam mencapai karakteristik yang dari umur 36-45 tahun, mungkin dikarenakan dalam umur tersebut masih ada responden yang tidak terlalu sering berpegian Kembali ke TMII sehingga tidak terlalu banyak yang mengisi.

Penelitian kedepannya diharapkan, tidak hanya menggunakan variabel yang sudah ada sebelumnya seperti, kualitas pelayanan, nilai keuntungan, kepercayaan,kepuasan pelanggan, dan niat berkunjung Kembali. Untuk memperluas penelitian terhadap objek ini. Melanjutkan penelitian lebih luas dan lebih banyak.

## **A. IMPLIKASI**

### **1. Variabel Kualitas Pelayanan**

- a. Pada pernyataan keempat yang merupakan pernyataan “Tempat wisata Taman Mini Indonesia indah, Jakarta bagus dan bersih” mendapatkan respon baik sebesar 60,5% dari setuju dan sangat setuju. Hal ini menunjukkan sangat antusias para wisatawan terhadap bagus dan bersihnya TMII.
- b. Pernyataan ketiga yang merupakan pernyataan “Website dan brosur Taman Mini Indonesia indah, Jakarta jelas dan mudah untuk diketahui” mendapat respon baik 55% setuju dan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa para wisatawan mengerti dan paham terhadap website dan brosur untuk dipahami

### **2. Variabel Nilai Keuntungan**

- a. Pernyataan pertama, “Saya menikmati destinasi wisata Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta” mendapatkan respon baik 79,5% setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa para wisatawan menikmati destinasi TMII
- b. Pernyataan ketiga, “Saya merasa nyaman berkunjung ke Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta” mendapatkan respon baik, sebanyak 71% setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa para wisatawan merasa nyaman berkunjung ke TMII
- c. Pernyataan keempat, “Petugas Taman Mini Indonesia indah, Jakarta cukup ramah dalam melayani” mendapatkan respon baik 62,5% setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa pelayanan TMII begitu baik dalam melayani.

### 3. Variabel Kepercayaan

- a. Pada pernyataan pertama yang merupakan pernyataan “Saya terkesan dan senang dengan pelayanan Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta” mendapatkan respon baik sebesar 59,5% dari setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa para wisatawan terkesan dalam pelayanan di TMII
- b. Pada pernyataan ketiga, “Taman Mini Indonesia indah, Jakarta begitu peduli terhadap kritikan dan masukan *customer*” mendapatkan respon lumayan baik 46,5% dari setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa masih kurangnya antusias para karyawan TMII untuk menanggapi kritikan dan masukan.
- c. Pada pernyataan kelima “Taman Mini Indonesia indah, Jakarta memiliki petugas yang peduli dan ramah teradap *customer*” sebanyak 61,5% dapat dikatakan baik terhadap setuju dan sangat setuju. Hal ini dapat dikatakan bahwa petugas TMII masih peduli dan ramah terhadap wisatawan

### 4. Variabel Kepuasan Pelanggan

- a. Pernyataan kesatu, “Saya merasa puas memilih pergi ke Taman Mini Indonesia Indah Jakarta” terdapat 64.5% responden yang menjawab setuju dan sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat responden yang memiliki kepuasan terhadap berpegian ke TMII
- b. Pernyataan kedua, “Saya senang berkunjung ke Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta” terdapat 73.5% responden yang menjawab

setuju dan sangat setuju. Hal ini menunjukkan terdapat responden senang dengan berpegian ke TMII

#### 5. Variabel Niat Berkunjung Kembali

- a. Pernyataan pertama, “Jika untuk memilih liburan destinasi wisata, saya akan memilih Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta karena tempatnya menyenangkan” sebanyak 45.5% untuk menjawab setuju dan sangat setuju. Dapat dikatakan lumayan baik, hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat responden yang mungkin akan memilih wisata lain selain TMII sebagai tempat liburan destinasi
- b. Pernyataan kedua “Saya rasa Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta tempat yang bagus daripada tempat wisata yang ada di Jakarta ” sebanyak 33.5% responden menjawab setuju dan sangat setuju, dapat dikatakan lumayan baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat responden yang memiliki rasa bahwa masih ada wisata lain, selain TMII, yang lebih bagus di kota Jakarta
- c. Pernyataan ketiga “Saya akan mengunjungi kembali Taman Mini Indonesia indah, Jakarta karena pelayanan, dan fasilitasnya, menyenangkan dan bagus” sebanyak 48% responden menjawab setuju dan sangat setuju dapat dikatakan lumayan baik. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat responden yang memiliki rasa bahwa pelayanan,

dan fasilitasnya, kurang begitu menyenangkan dan kurang begitu bagus

#### **B. KETERBATASAN PENULIS**

- 1) Keterbatasan pada penelitian ini adalah adanya virus *Covid-19*, sehingga penyebaran kuesioner hanya dilakukan secara *online*/daring yang menyebabkan pengisian kuesioner menjadi sulit
- 2) Referensi jurnal yang membahas per variabel, terkadang sulit ditemukan, sehingga membuat penulis harus mencari dengan waktu yang lama.

#### **C. REKOMENDASI BAGI PENELITIAN SELANJUTNYA**

- 1) Penelitian selanjutnya bisa menggunakan variabel ini, tapi menggunakan objek selain Taman Mini Indonesia Indah, Jakarta. Seperti Ancol, Ragunan, Monas, dan lainnya.
- 2) Penelitian ini dapat dilanjutkan Kembali dengan responden yang lebih dari 200 sehingga akan dapat berbagai tanggapan yang lebih berbeda
- 3) Penelitian ini dapat juga dilakukan dengan objek sama, namun dengan variabel yang berbeda, sehingga dapat dikembangkan lagi untuk kedepannya
- 4) Penelitian ini tidak hanya dapat menggunakan variabel yang telah di gunakan dalam penelitian ini, namun juga dapat dikembangkan pada variabel lainnya, seperti, Brand Image, Destinantion image, customer expectation, perceived quality of service, service quality, dan lainnya